

## Das Quadratische, das süchtig macht!



Foto: Pixabay - steve\_a\_johnson

Es gibt Dinge, von denen man erst lassen kann, wenn sie nicht mehr da sind. So ist es oft mit der Schokolade. Diese gibt es auch in einer besonderen Tafelform.

Ritter Sport wurde 1912 von Alfred Eugen Ritter und Clara Ritter in Bad Cannstatt gegründet. Da wurden die ersten "Ritter"-Pralinen hergestellt und verkauft (1 Die Kraft der Chancen).

In den 1930er Jahren wird es in Bad Cannstatt zu eng. Der Firmensitz wird nach Waldenbuch verlegt. Dort brachten sie die erste Schokoladentafel in quadratischer Form auf dem Markt. Diese Form wurde zum Markenzeichen des Unternehmens (2 Markenimage).

Die 1950er und 1960er Jahre brachten weitere Innovationen, darunter gefüllte Schokolade und das "Sport" im Markennamen, welches für die handliche Größe steht (3 Innovationskultur fördern).

Ritter Sport begann in den 1960er Jahren mit der internationalen Expansion und exportierte Schokolade in verschiedene Länder. Die Marke erfreute sich steigender Beliebtheit. Sie etablierte sich als Premium-Schokoladenhersteller (4 Internationaler Vertrieb).

In den 1990er und 2000er Jahren legte Ritter Sport besonderen Wert auf Qualität und Nachhaltigkeit. Sie setzten auf fairen Handel und nachhaltige Kakaobeschaffung. Damit wurde sie als "Die Quadratische mit Ecken und Kanten" bekannt (2 Markenimage, 5 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Ritter Sport ist seit 2010 vor allem gewachsen. Es hat sein Sortiment um diverse Geschmacksrichtungen und Sorten erweitert. Das Unternehmen hat auch in moderne Produktionstechnologien und Verpackung investiert, um die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten (6 Kundenbedürfnisse im Fokus).

#RitterSportErfolg #InnovationInSchokolade #RitterSportVielfalt #InternationalerVertrieb  
#PremiumProdukt #NachhaltigeSchokolade #ZertifizierterKakao

## So geht's: Maßnahmen für Innovation und Kundenorientierung im Mittelstand

- 1 **Die Kraft der Chancen:** Die Entdeckung der Chancen ist der Schlüssel zum Erfolg. In einer schnelllebigen und sich ständig verändernden Wirtschaftswelt ist es unerlässlich, offen für neue Möglichkeiten und für vorausschauende Produktentwicklung zu sein. Scannen sie immer vielversprechende Chancen in neuen Technologien oder in Nischenmärkten.
- 2 **Markenimage:** Ein positives Markenimage schafft Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Loyalität bei den Kunden. Es ermöglicht, sich von Mitbewerbern abzuheben und eine emotionale Bindung zu den Kunden herzustellen. Kunden bevorzugen Produkte oder Dienstleistungen von Marken mit einem positiven Image. Sie sind auch bereit, dafür einen Premium-Preis zu zahlen.
- 3 **Innovationskultur fördern:** Schaffen sie eine Kultur, die Mitarbeiter ermutigt, Ideen einzubringen und kreative Lösungen zu entwickeln. Eine offene Atmosphäre schafft Raum für Experimente und fördert internen Unternehmergeist. Dafür können Innovationsworkshops und Brainstorming-Sitzungen ein erster Schritt sein.
- 4 **Internationaler Vertrieb:** Internationale Märkte können das Umsatzpotenzial erheblich steigern und die Abhängigkeit von einzelnen Märkten verringern. Er bietet auch den Zugang zu Ressourcen, Talenten und Innovationen aus verschiedenen Teilen der Welt. Gut geschulte Mitarbeiter und eine klare strategische Ausrichtung sind dabei von essenzieller Bedeutung.
- 5 **Fokus auf Nachhaltigkeit:** Nicht nur die Qualität der Produkte zählt, sondern auch Aspekte der Nachhaltigkeit. Wenn sie ökologische und soziale Verantwortung in ihre Unternehmensphilosophie integrieren, können sie damit einen aktuellen Wettbewerbsvorteil erreichen und das Image des Unternehmens bei den Kunden stärken.
- 6 **Kundenbedürfnisse im Fokus:** Setzen sie auf die enge Zusammenarbeit mit den Kunden. Damit verstehen sie die tatsächlichen Bedürfnisse und Herausforderungen der Zielgruppe. Diese direkte Kommunikation hilft maßgeschneiderte Produkte mit Mehrwert für die Kunden zu entwickeln und langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen.
- 7 **Digitalisierung:** Neue Technologien, wie künstliche Intelligenz, Internet of Things (IoT) und Big Data bieten neue Möglichkeiten. Nutzen bzw. integrieren sie diese Technologien, um innovative, vernetzte Produkte und Dienstleistungen anzubieten.
- 8 **Kooperation und Netzwerke:** Partnerschaften und Kooperationen bereichern die Produktentwicklung und eröffnen neue Perspektiven. Sie verschaffen Zugang zu frischen Ideen und neuesten Technologien. Die Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen, Startups oder anderen Unternehmen ermöglicht außerdem den Zugang zu neuem Know-how und externen Ressourcen.
- 9 **Frühzeitige Markttests:** Frühzeitiges Feedback und Markttests erhöhen die Erfolgchancen eines Produkts in beträchtlichem Maße. Sammeln sie wertvolles Kundenfeedback mit Pilotprojekten oder Testläufen. Mit den Ergebnissen daraus lässt sich ein Produkt entsprechend optimieren und kundenfreundlicher gestalten.
- 10 **Influencer-Marketing für B2C:** Influencer haben in ihrer Nische eine starke Anhängerschaft. Sie können damit eine neue Zielgruppe erschließen und auch wertvolles Feedback und Einsichten liefern. Sie ermöglichen die direkte Interaktion mit potenziellen Käufern. Das stärkt die Kundenorientierung, fördert die Bindung an die Marke und steigert die Sichtbarkeit bzw. Reichweite des Unternehmens.

Diese innovativen und kundenorientierten Maßnahmen verbinden Tradition mit Innovation. Sie steigern die Wettbewerbsfähigkeit. Damit gelangen sie auf einen langfristigen Erfolgskurs.

**Hilfreiche Literatur:**

[Geschäftsmodelle und Strategien im Mittelstand](#)